

TURCSÁNYI KATALIN*–KÁLMÁN KRISZTINA**

TURISZTIKAI MIKRO- ÉS KISVÁLLALKOZÁSOK A MAGYARORSZÁGI RÉGIÓKBAN

MICRO- AND SMALL TOURISTIC ENTERPRISES IN THE HUNGARIAN REGIONS

ABSTRACT

Hungary has, from a touristic viewpoint, very favourable conditions (natural, cultural resources). Tourism might be one of the sectors, that can make Hungary competitive both in Europe and worldwide. To achieve this end, however, the existing problems need to be identified and solved. This research was conducted in the environment of small- and microbusinesses. The 214 questionnaires were distributed both in person and online in all the Hungarian touristic regions. Our inquiry extended to the economic environment of these businesses and also to their loan taking practices. We also looked at how well they know and utilize the tender opportunities in Hungary and the EU. Finally, we looked at how efficient they perceive the work of the advocate group different. These questions are important, among other things, because succesful tender applications and the developments that result from them may increase the international competitiveness of the Hungarian tourism industry.

1. Bevezetés

A turizmus, illetve a vele szoros kontextusban lévő egyéb ágazatok (kereskedelem, közlekedés, egészségügy stb.) szerepe a világ, így hazánk társadalmi-gazdasági folyamataiban is kiemelkedő jelentőségű, napjainkban az egyik legnagyobb és legdinamikusabban fejlődő ágazat. Jelentős mértékben alakítja az egyes országok, régiók gazdaságát, olykor az egyetlen gazdasági tevékenység. Hazánk adottságai (természeti, kulturális értékek) pedig rendkívül kedvezőnek mondhatók, különösen jó adottságaink vannak az egészségturizmus valamennyi ágában.

A turisztikai ágazatban folyó tevékenység is – hasonlóan a többi ágazathoz – vállalkozási keretek között megy végbe. Ebben az ágazatban a nemzetgazdasági átlagnál magasabb számban fordulnak elő mikro- és kisvállalkozások, de előfordulnak középvállalatok és egészen nagyvállalatok is.

A mikro-, kis- és középvállalkozások nagy száma a szakirodalom szerint összefügg azal, hogy a turizmus piacát dinamikus növekedés jellemzi, a bővülő piacra sok új vállalkozás tud belépni, másrészt egyes termékek esetében viszonylag alacsonyak a belépési korlátok, ami szintén megkönnyíti a mikro- és kisvállalkozások megjelenését.

A turisztikai mikro- és kisvállalkozások mind a piacon elfoglalt számuk, mind az állami-önkormányzati bevételek, mind a foglalkoztatottak száma tekintetében rendkívül dominánsnak tekinthetők. Fontos szerepet játszanak a nemzetgazdaságban azáltal, hogy lehetőséget kínálnak a foglalkoztatásra, a lakosság életkörülményeinek javítására. Hozzájárulnak a fizetési mérleg egyensúly javításához, elősegíthetik az elmaradottabb térségek felzárkóz-

* Tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar ZKK.

** PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar ZKK.

tatását, nem utolsó sorban szerepük van a természeti és a kulturális értékek megőrzésében és hasznosításában.

A szakirodalomban megoszlanak a vélemények arról is, hogy a hagyományos mikro- és kisvállalkozások hosszabb távon fenn tudnak-e maradni. Jelenleg a mikro, kis- és közép-vállalkozások, valamint transznacionális vállalkozások bonyolult, rendszere működik a turizmus területén. Figyelmünket most ebből egy kis szeleltre irányítjuk, a Magyarországon tevékenykedő legkisebb vállalkozások környezetének néhány tényezőjét elemezzük.

A turisztikai mikro- és kisvállalkozások körében végzett vizsgálatunk azok pénzügyi helyzetére, hitelfelvételi szokásaira, pályázati aktivitására és az őket képviselő érdekképviselői szervekről alkotott véleményükre irányult. Dolgozatunkban ennek a vizsgálatnak az eredményeit foglaljuk össze.

2. Mikro- és kisvállalkozások a turizmusban

A turizmus területén nagyszámú mikro- és kisvállalkozás működik. A turizmusban folytatott tevékenységek zöme alapvetően családi kisvállalkozás formájában alakult ki és a múlt század közepéig jellemzően családi keretek között szervezett, kézműves jellegű kisvállalkozások jellemezték az ágazatot

A kisvállalkozások számszerű nagy súlyát magyarázhatja az alacsony belépési korlát, viszonylag kis tőkével, kevés szakismerettel, különösebb akadályok nélkül lehet a turisztikai piacra belépni. Nemzetközi téren, ahogy erre a szakirodalom is utal, a nagyvállalatok gyakran kiszervezik magukból a nem alap- és nem üzleti folyamatokat és ezeket a rugalmasnak számító kisvállalkozásoktól vásárolják.

Fontos jellemzője a mikro- és kisvállalkozásoknak, hogy nem csak az elérhető jövedelem motiválja a tevékenységüket, hanem sajátos életformának tekinthetők, egyfajta presztízt jelent tulajdonosaik számára. Akkor is képesek működni, amikor gazdasági szempontból az már nem racionális.

A kisvállalkozási forma előnyei között említhetjük a családi munkaidőkeret rugalmas felhasználását, ezáltal a szezonálitáshoz való rugalmas, költségkímélő alkalmazkodást. Ugyanakkor a turizmus területén működő kisvállalkozásokra is hátrányosan hat méretükből fakadó tőkeszegénység, a forgótőkehiány, szakismeretek hiánya. Különösen érzékenyen érintik a marketing szemlélet és ismeretek, valamint a pénzügyi kultúra és ismeretek terén mutatkozó hiányosságok. Mindezekhez az őket támogatni hivatott szervezetektől sem kapnak megfelelő segítséget.

A feltételrendszerek/lehetőségek optimalizálásával ezeknek a vállalkozásoknak nemcsak a hazai, hanem a nemzetközi szintű versenyképessége is nagymértékben növelhető. Ilyen lehetőséget jelenthet pl. a nemrég elindított *Széchenyi kártya* az *Új Széchenyi-terv* vagy az *Új Magyarország Fejlesztési terv* (UMFT), mellyel Európai uniós tagságunk révén hazánk 2007 és 2013 között mintegy 22,4 milliárd euró uniós támogatásban részesül, és amelynek célja, hogy a gazdaság fellendítésével felzárkózhassunk a gazdaságilag fejlett országokhoz. Ez a vidékfejlesztési támogatásokkal együtt közel 8000 milliárd forintos bevételi forrást jelent.

A téma vizsgálatához fontos annak tisztázása mit is tekintünk mikro-, ill. kisvállalkozásnak. Az Európai Unió megfogalmaz bizonyos szabályokat a definícióra vonatkozóan, viszont minden egyes tagállam maga határozza meg az erre vonatkozó mutatószámokat. *(Az uniós szabályozást a 2003/361/EK bizottsági ajánlás tartalmazza.)*¹

Magyarországon a 2004. évi XXXIV. Törvény² szabályozza a mikro- és kisvállalkozások körét. Az éves nettó árbevétel, illetve a foglalkoztatottak száma alapján mikro vállal-

kozásnak minősül a 10 főnél kevesebb alkalmazotti létszámú és legfeljebb 2 millió eurónak megfelelő forintösszegű (~500 millió Ft) vállalkozás. Kisvállalkozás esetében ez 50 főnél kevesebb foglalkoztatottat jelent és legfeljebb 10 millió (~2,5 milliárd Ft) árbevételt.

3. Vizsgálati anyag és módszer

Vizsgálatunkat a Magyarországon működő legkisebb méretű turisztikai vállalkozások körében végeztük, saját szerkesztésű kérdőívek segítségével a mikro- és kisvállalkozások pénzügyi helyzetére, hitelfelvételi lehetőségeire, pályázati forrásokhoz való hozzájutás esélyeire, érdekképviselői szervekkel, fejlesztési ügynökségekkel való kapcsolatukra vonatkozó információkat gyűjtöttünk. Személyes beszélgetéseket folytattunk néhány kisvállalkozás képviselőjével, így árnyaltabb kép rajzolódott ki előttünk, szóban a megkérdezettek nyitottabbak voltak, és olyan kérdésekben is informálódhattunk, amelyek a kérdőívünkben nem szerepeltek. Ezen túlmenően néhány bank és érdekképviselői szerv, vállalkozásfejlesztési alapítvány és regionális fejlesztési ügynökség képviselőivel készítettünk interjút a mikro- és kisvállalkozásokkal való kapcsolatuk tapasztalatiról.

4. A mikro- és kisvállalkozások pénzügyi helyzetének néhány vonatkozása

Ezen vállalkozások jövedelemtermelő képessége alig egytizede az EU15-ök átlagának és csupán 20–22%-a bankképes, ezzel szemben az uniós arány 70–85%. Természetesen ezt a számadatot jelentősen befolyásolják a rendszerváltás után létrehozott ún. „kényszervállalkozások”. Ugyanis, ezek a „vállalkozások” nagyon gyakran csak papíron léteztek, tényleges gazdasági/turisztikai tevékenység folytatása nélkül. Ezzel pedig, nemcsak az állami adóbevételek alakulására voltak negatív hatással, hanem valótlán adatforrássul is szolgáltak az illetékes hatóságok számára. Ezen vállalkozói kör számára kínált banki hitelek az elmúlt években rendkívül megrágtak, köszönhetően többek közt a 2008-as világgazdasági válságnak. A kisvállalkozások szempontjából törlesztésük igen rugalmatlan és sok esetben túlbiztosított. A nem bankképes kisebb vállalkozások gyakran nem vállalkozói, hanem személyi hitelekkel bővítik forrásaikat. A hazai turizmus szezonális jellegéből adódóan bevételeik jelentős része (kb. 80%-a) az 5-6 nyári hónapban keletkezik, a banki hiteleket viszont egész évben, minden hónapban kell fizetni és ez a téli cash-flow-t (pénzügyi egyensúlyt) könnyen felborítja. Emiatt rákényszerülnek, hogy pénzügyi segítséget, a bankokat megkerülve, olyan vállalkozásoktól vegyenek igénybe, akik, főleg hatalmas forgalmuk miatt kedvező, alacsony kamatozású (legfeljebb BUBOR + 1-2%) forgóeszköz hitelhez tudnak jutni. A felmérés eredményeiből kiderült, hogy a vállalkozás jellege, ill. az igényelt hitel típusa között van ugyan kapcsolat, de elmondható, hogy ez a kapcsolat igen laza. Vagyis a vállalkozás típusa nincs szoros kapcsolatban az igényelt banki hitel típusával. A visszaérkezett válaszokból kiderült, hogy főként a turisztikai mikro vállalkozások esetében gyakran az árbevételük jelentős része meg sem jelenik a könyvelésben. A „cafeteria” rendszer 25%-os megadóztatása miatt a vendégek a szolgáltatásoknak egyre kevesebb részét tudják elszámoltatni, a készpénzes fizetésekről pedig gyakran számlát sem kérnek. Ez azért jelent problémát, mert nemcsak valótlán pénzügyi-statisztikai adatokat eredményez, hanem óriási adóbevétel kiesést jelent az állami kassza számára. A turisztikai szektorba ismételtelen megjelenő, nagy tömegű készpénz pedig nem segíti a szektor „kifehérítését”.

4.1. A mikro- és kisvállalkozások pályázati aktivitása

Ennek a kérdésnek a vizsgálata azért kiemelkedő jelentőségű, mert nemcsak hazai, hanem Uniós forrásokat is jelenthet ezeknek a vállalkozásoknak. Azonban a jelenlegi pályázati rendszer főként a mikro vállalkozások esetén szinte alig elérhető, emiatt a pályázási aktivitásuk igen csekély. Ennek oka többek közt: a rendkívül magas önrész, a túlságosan bonyolult pályázati feltételrendszer, illetve a kiírások csúszása valamint, hogy az utófinanszírozás miatt a kifizetések csak töredékei a ténylegesen megpályázható összegnek. Az adminisztráció nagyon nehézkes és hosszadalmas (akár két év is lehet, ennyi idő alatt legtöbbször maguk is megoldják a beruházást). A beszerzések köre (lehetséges gépek, eszközök) behatárolt, legritkábban lehet csak használt, de jó állapotú eszközökre pályázni, gyakran kötelező megvenni az áfával agyonterhelt és magas amortizációs költségeket hozó új gépet, eszközt, létesítményt. Szinte minden pályázatnál vannak kötelező, évekre kiható vállalások pl. alkalmazotti létszám, árbevétel stb. ami a mai gazdasági környezetben kiszámíthatatlan következményekkel járhat.

A vizsgálatunk eredménye is igazolja azt a problémát, hogy minél kisebb egy turisztikai vállalkozás mérete, annál kevésbé tudja kihasználni a hazai és Uniós pályázati források kínálta lehetőségeket. Sajnálatos, hogy a felmérésben szereplő mikro vállalkozások majdnegyede egyáltalán nem ismeri sem a hazai sem az uniós pályázati lehetőségeket. Több mint felük pedig bár ismeri, de mégsem élt az általuk kínált a lehetőségekkel.

1. ábra. A vizsgálatban szereplő vállalkozások pályázati aktivitása
(vizsgált időszak 2005–2010)

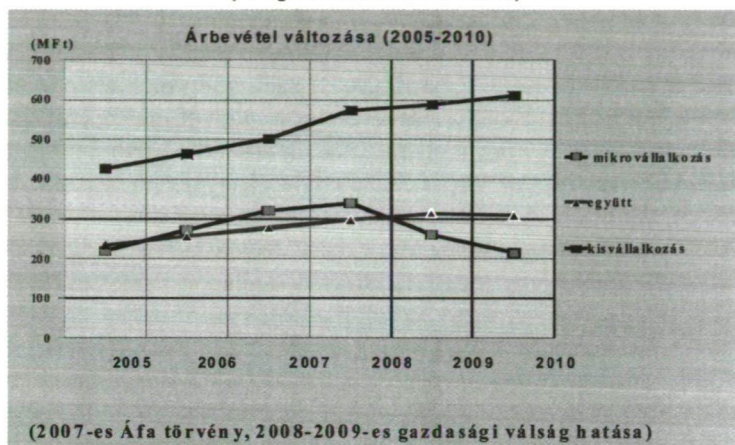


Forrás: Saját szerkesztés – 2011

4.2. Árbevétel és létszám

A vizsgált vállalkozások egy viszonylag dinamikus árbevétel-emelkedés után meglehetősen eltérő módon reagáltak az őket ért negatív hatásokra pl. 2008-as gazdasági válságra vagy a 2007-es Áfa törvényre. Együttesen nézve nem igazán látványos a különbség azonban, ha külön-külön megnézzük, jól látszik, hogy ezek a kedvezőtlen hatások a mikrovállalkozások esetén jóval látványosabb árbevétel csökkenést eredményeztek

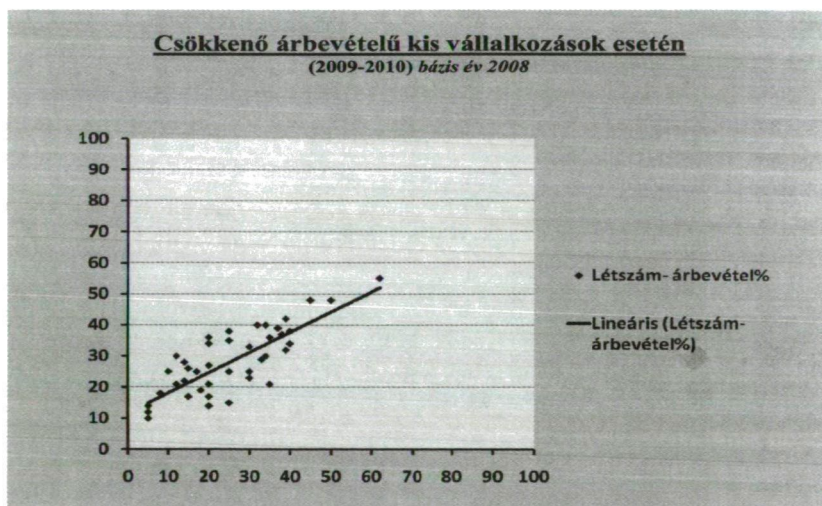
2. ábra. Árbevétel változása a felmérésben szereplő turisztikai vállalkozásoknál
(vizsgált időszak 2005–2010)



Forrás: saját szerkesztés

Összehasonlítva a turisztikai vállalkozások árbevételének változását az alkalmazotti létszám változásával szintén igen érdekes eredményt kapunk. Első hallásra talán evidenciának tűnhet a kérdés vizsgálata, hiszen teljesen természetes, hogy a csökkenő árbevételek előbb utóbb a foglalkoztatott létszám csökkenését eredményezik minden piaci alapon működő vállalkozás esetében. Kedvező gazdasági folyamatok esetén pedig ez a változás nyilván pozitív irányú lesz. Azonban, ha megvizsgáljuk, hogy a mikrovállalkozások esetén mennyire követi szorosan az árbevétel csökkenése az alkalmazotti létszám csökkenését igen érdekes összefüggést figyelhetünk meg. Az általunk tanulmányozott 2009–2010-es időintervallumban (bázisév 2008) jól látható, hogy 40–50, sőt akár 60%-os bevétel kiesés esetén sem a létszámcsoökkentést választják elsősorban pénzügyi helyzetük stabilizálására, hanem pl. gép-, eszköz-eladással próbálkoznak.

4. ábra. A vizsgált, csökkenő ár-bevételű, turisztikai kisvállalkozások
(árbevételének/alkalmazotti létszámának) összefüggései (2009–2010)



Forrás: Saját szerkesztés – 2011

Kisvállalkozásoknál a kapott eredmény jóval szorosabb összefüggést mutatott. A statisztikai eredmények, valamint a felmérés során szerzett információk azt támasztják alá, hogy kedvezőtlen gazdasági folyamatok esetén egy turisztikai kisvállalkozás jóval hamarabb, piacilag rugalmasabban folyamodik a létszámleépítés eszközához azért, hogy pénzügyi helyzetét helyreállítsa. Elmondható, hogy ezek a vállalkozások jóval hatékonyabb pénzügyi-kontrolling szemlélettel rendelkeznek. Döntéseikkel a lehető leghamarabb reagálnak a piac változásaira.

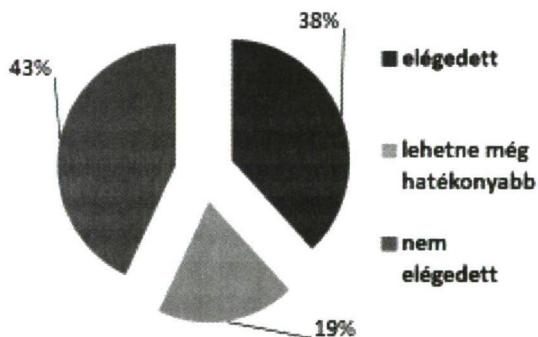
4.3. Kire számíthatnak a mikro- és kisvállalkozások?

Vállalkozás-fejlesztési alapítványok, fejlesztési ügynökségek, érdekképviselői, érdekvédelmi szervezetek sora alakult a vállalkozási tevékenység ösztönzésére, támogatására, segítésére. A vizsgálatban szereplő mikro- és kisvállalkozásoknak mindössze 38%-a elégedett e szervek tevékenységével.

A vállalkozások egy része gyakran nem is ismeri e szerveket és azokat a lehetőségeket, amelyeket ezen szervezetek kínálnak. Ily módon keresleti oldalról nem nehezedik nyomás e szervezetekre, nem készítetik hatékonyabb működésre őket.

5. ábra. Az érdekvédelmi egyesületek, szervezetek hatékonyságának megítélése, a vizsgálatban szereplő, vállalkozások körében

Érdekvédelmi szervezetek, egyesületek munkájának megítélése



Forrás: Saját szerkesztés – 2011

5. Záró gondolatok

A mikro-, kis- és középvállalkozási (KKV) szektort a rendszerváltástól folyamatosan növekvő tendencia jellemezte. A hazai gazdasági élet meghatározó elemévé vált, nemcsak a vállalkozások száma, hanem az általuk foglalkoztatott munkaerő létszáma miatt is (jelenleg ez a szektor adja a hazai vállalkozások 99%-át). Napjainkban ezek a KKV-k állítják elő a magyar GDP több mint felét, a versenyszférában foglalkoztatottak, több mint 70%-a ebben a szektorban tevékenykedik. A turisztikai piacon működő, mikro kis és középvállalkozások is igen jelentős részét képezik ennek a szektornak. Piaci versenyképességük megőrzése, megfelelő működési feltételeinek biztosítása létérdek a hazai gazdaság számára.

A felmérés eredményei alapján azt gondoljuk, hogy nagyobb figyelmet érdemelne ez a szektor. Komplex, stratégiai szemléletű szabályozásra lenne szükség, a jelenleginél hatékonyabb, segítő-támogató-tanácsadó háttérrel.

A pályázati rendszer egyszerűsítése, áttekinthetőbbé tétele, a pályázatok GDP-növelő hatásának preferálása, illetve a kifizetések felgyorsítása szintén sokat segíthetne. Nem kevésbé fontos a kapcsolódó területek infrastruktúra-fejlesztés, közlekedés, rendészet, oktatás hatékonyabb összehangolása, új piaci lehetőségek feltárása az egészségügy fejlesztése révén, a már jól működő, wellness-turizmusra épülő, hatékony egészség turizmus kialakítása. Eredményesebben működő érdekvédelem és jobban hasznosítható képzések (pénzügy – számvitel- kontrollig, pályázatírás, informatika, idegen nyelv) tovább erősíthetnék a vállalkozások és rajtuk keresztül az egész gazdaság versenyképességét.

Mindezeket a szempontokat figyelembe véve, egy hatékonyan működtetett turisztikai iparág, jelentős mértékben járulhat/járulhatna hozzá a mai magyar gazdaság problémáinak megoldásához. Trendszerű fejlődése a GDP növelését, mikro-, kis- és közép vállalkozásainak munkaerőigénye a foglalkoztatottsági mutatók javítását, devizabevételei az államadóságot forintkímélő törlesztését, beruházás, fejlesztés szükséglete, multiplikátor hatása pedig a gazdaság átfogó élénkítését segítheti elő. Fejlesztése, ha valamikor, akkor manapság igazán az fontos lenne.

JEGYZETEK

1. 2003/361/EK bizottsági ajánlás
2. 2004. évi XXXIV. Törvény

FELHASZNÁLT IRODALOM

- A Magyar Turizmus Zrt. Hivatalos kiadványai.
- Chikán Attila (1997): Vállalatgazdaságtan. Aula Kiadó, Budapest.
- Kotler P.–Keller, L. K. (2006): Marketing menedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Lengyel M. (2004): A turizmus általános elmélete, Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, KIT.
- Leidner, R. (2004): The European Tourism Industry. A multi-sector with dynamic markets – Structures, developments and importance for Europe's economy. European Commission. Luxembourg.
- Új Magyarország Fejlesztési Terv. Foglalkoztatás és növekedés – 2007–2013. Második olvasat. www.nfh.hu
- Új Magyarország Vidékfejlesztési Stratégiai Terv – 2007–2013. <http://www.fvm.hu>
- Salamon András (2006): Az uniós Magyarország turisztikai jogelmélete és – gyakorlata. Turizmus Panoráma – Különszám.
- Tasnádi József (2002): A turizmus rendszere. AULA Kiadó, 2. bővített kiadás, Budapest.
- Tasnádi József (2001): Marketing a turizmusban előadás sorozat kézírata alapján. BKÁE.
- WTO (1997): International Tourism: A Global Perspective. (Editor: Chuck Y. Gee).